

- уровень производственно-технологической комплектации (комплектация опалубочными системами);
- уровень комплектации строительными машинами и механизмами;
- уровень использования строительных машин и механизмов.

5) Формы организационно-трудового управления и организации производства. При анализе рассматриваются такие факторы, как:

- уровень специализации основных процессов монолитного строительства;
- концентрация работ по процессам
- уровень применения поточных методов;
- уровень применения диспетчерского управления и т.д.

6) Уровень использования человеческого фактора характеризуется:

- уровень комплектации трудовыми ресурсами;
- периодичность работы (степень использования рабочего времени);
- выполнение норм выработки рабочими.

Следует отметить, что некоторые факторы могут входить в различные группы. Например, такой важный фактор, как стесненность на строительной площадке, под которой понимают ограничение возможности эффективного использования средств механизации, материалов, изделий, конструкций, а также рациональной организации площадки из-за наличия единичных препятствий или их совокупности, может быть отнесён в различные группы выборов.

Таким образом, оценка при принятии организационно-технологических решений должна основываться на многофакторном воздействии на эффективность строительных процессов.

Конечным результатом оценки вариантов организационно-технологических решений является выбор оптимального варианта решения.

## **MIEJSCE TURYSTYKI W STRATEGII ROZWOJU GOSPODARCZEGO KRAJU**

*Regina Dyjak*

*Politechnika Czestochowska, Polska*

**Wprowadzenie.** Gospodarka turystyczna stanowi w wielu krajach główną podporę rozwoju gospodarczego, w innych jest ważnym źródłem dochodów państwa. Dlatego Polska, dostrzegając szansę, jaką niesie rozwój turystyki, stara się w różny sposób programować jej funkcjonowanie, stwarzać przyjazne warunki rozwoju, a przez jej wpisywanie do programów o charakterze strategii narodowych, zapewnić możliwość intensywnego rozwoju tej branży w Polsce. Analiza miejsca i roli turystyki w strategii rozwoju gospodarczego może być dokonana w dwojaki sposób.

Po pierwsze, przez analizę pojawiania się turystyki jako celu strategicznego na różnych szczeblach organizacji kraju: rządowym, regionalnym i lokalnym.

Drugie podejście to poszukiwanie rozwiązań uwzględniających rozwój turystyki w poszczególnych sektorach gospodarki lub traktujących turystykę jako element umożliwiający rozwiązywanie podstawowych problemów o charakterze społeczno-gospodarczym.

Chodzi o takie dziedziny jak:

- ◆ walka z bezrobociem,
- ◆ ochrona dziedzictwa kulturowego,
- ◆ ekologia i ochrona środowiska,
- ◆ rozbudowa infrastruktury turystycznej,
- ◆ rozwój regionalny,
- ◆ mała i średnia przedsiębiorczość,
- ◆ eksport produktów i usług,
- ◆ zagospodarowanie przestrzenne,
- ◆ zdrowie, rekreacja i wypoczynek. [A. Somorowska, Polska Agencja

Rozwoju Turystyki SA, V Forum Turystyki Polskiej]

**Rola i miejsce turystyki w ogólnych dokumentach rządowych zatwierdzonych po 1999 r.** Najważniejsze rządowe dokumenty strategiczne i operacyjne obejmują zapisy bezpośrednio lub pośrednio wpływające na rozwój gospodarki turystycznej w Polsce.

W wielu dokumentach o charakterze strategicznym przyjętych przed 1999 rokiem, turystyka nie występuje lub też pojawia się bardzo rzadko jako samodzielna dziedzina gospodarcza.

Sytuacja zmieniła się po 1999 roku. Od tamtej pory większość dokumentów poświęconych rozwojowi gospodarczemu, traktuje turystykę jako ważną dziedzinę wspierania wszelkich przemian w kraju.

Turystyka, będąca dziedziną interdyscyplinarną, obejmuje wiele sfer życia społecznego i gospodarczego. Dlatego też w rządowych dokumentach znajdują się zapisy mające istotne znaczenie dla jej rozwoju.

Dzięki rozwojowi turystyki, a zwłaszcza niektórych form gospodarki turystycznej, uzyskuje się środki i narzędzia realizacji założonych celów społecznych i gospodarczych. Przykładami ilustrującymi te procesy są próby modernizacji wsi poprzez rozwój agroturystyki, czy też plany poprawy konkurencyjności zacofanych strukturalnie regionów przez rozwój usług turystycznych.

W 1999 roku Rząd Rzeczypospolitej Polskiej przystąpił do przygotowania Narodowego Planu rozwoju, który jest podstawą do uzgodnienia z Komisją Europejską Podstaw Wsparcia Wspólnoty oraz wieloletnich regionalnych programów operacyjnych obowiązujących w pierwszych latach po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej.

Problematyka gospodarki turystycznej we wstępnym narodowym planie rozwoju pojawia się na poziomie zdefiniowania i realizacji celów oraz priorytetów polityki spójności społeczno-gospodarczej. Jedną z sześciu zasadniczych osi rozwoju Polski jest wzmocnienie potencjału rozwojowego regionów i przeciwdziałanie marginalizacji niektórych obszarów. uznano jednocześnie, że dla zróżnicowania działalności gospodarczej istotne znaczenie ma rozwój usług, zwłaszcza turystyki i różnych form rekreacji.

Celem realizacji jest rozwój sektora turystycznego jako nowoczesnego i konkurencyjnego sektora gospodarki, tworzącego trwałe miejsca pracy i wnoszącego wkład do dochodów w regionie. Zrealizowane będą działania mające na celu rozbudowę i modernizację infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej, promocję różnych form turystyki.

Przyjęta przez Radę Ministrów w październiku 1999 r. koncepcja polityki przestrzennego zagospodarowania kraju jest podstawowym dokumentem określającym zasadę polityki państwa w dziedzinie przestrzennego zagospodarowania kraju. W dokumencie tym do głównych celów publicznych realizowanych w zakresie turystyki i rekreacji na szczeblu ponad lokalnym zaliczono:

- ◆ ochronę przestrzeni turystycznej,
- ◆ rozwój infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej,
- ◆ rozwój produktu turystycznego w układzie przestrzennym kraju,
- ◆ wykorzystanie możliwości gospodarki turystycznej w restrukturyzacji innych sektorów (rolnictwo, zdrowie, gospodarka wodna).

**Rola i miejsce turystyki w opracowaniach strategicznych na poziomie wojewódzkim.** Rozwój turystyki odbywa się głównie na poziomie regionalnym, przy zaangażowaniu wielu osób na poziomie projektowania i realizacji planów rozwoju całego regionu, ważne jest aby na tym poziomie zadania związane z turystyką były w sposób szczególny uwzględniane w długookresowych planach gospodarczych.

Ustawa o samorządzie wojewódzkim, nakładająca obowiązek przygotowania i wdrożenia wieloletnich strategii rozwoju, przyczyniła się do powstania dokumentów strategicznych we wszystkich 16 województwach. Zgodnie z ogólnymi tendencjami na rynku, w większości z nich turystyka znalazła należne miejsce. [A. Somorowska, Polska Agencja Rozwoju Turystyki SA V Forum Turystyki Polskiej]

**Podsumowanie.** W przedstawionych rządowych dokumentach strategicznych coraz wyraźniej doceniana jest rola, jaką turystyka może odegrać w rozwoju kraju. W przyjętym w marcu 2001 roku kompleksowym programie walki z bezrobociem: Harmonogram działań mających na celu wspieranie przedsiębiorczości i powstanie nowych miejsc pracy, który zakłada między innymi wspieranie rozwoju turystyki jako działania przeciw bezrobociu. Rodzi to nadzieję na trwały rozwój gospodarki turystycznej jako istotnej dziedziny wspierania gospodarki kraju.

#### **Bibliografia:**

1. Davidson R., *Turystyka*, Warszawa 1996
2. Dietl J., *Marketing*, Warszawa 1985
3. Gaworecki W. W., *Turystyka*, Warszawa 1997
4. Halloway J. C., Robinson C., *Marketing w turystyce*, Warszawa 1997
5. Jędrzejczyk I., *Nowoczesny biznes turystyczny*, Warszawa 2000
6. Kędzior I., Karcz K., *Badania marketingowe w praktyce*, Warszawa 1994
7. Kornak A., *Funkcjonowanie rynku turystycznego*, Wrocław 1980
8. Kornak A., *Marketing usług turystycznych*, Wrocław 1984

9. Kornak A., *Nowy system kierowania w turystyce*, Wrocław 1992
10. Kotler P., *Marketing. Analiza planowanie, wdrożenie i kontrola*, Warszawa 1994
11. Medlik S., *Leksykon podróży, turystyki, hotelarstwa*, Warszawa 1995
12. Middleton V. T., *Marketing w turystyce*, Warszawa 1996
13. Nickels W., *Zrozumieć biznes*, Warszawa 1995
14. Otto J., *Marketing bezpośredni*, Wrocław 1994
15. Somorowska A., *Polska Agencja Rozwoju Turystyki SA, V Forum Turystyki*, Częstochowa 2001
16. Sztucki T., *Promocja, sztuka pozyskiwania nabywców*, Warszawa 1995
17. Ustawa z dnia 25 czerwca 1999 r. *O Polskiej Organizacji Turystycznej* (Dz. U. nr 62 poz. 689)
18. Walasek J., *Polska Organizacja Turystyczna - dlaczego jest potrzebna*, Aktualności Turystyczne nr 2 (128)
19. *Zarządzanie turystyką* pod red. Kornaka A., Warszawa 1999
20. Żurawik B., Żurawik W., *Zarządzanie marketingiem w przedsiębiorstwie*, Warszawa 1996

## OFERTY UBEZPIECZENIOWE DLA RYNKU TURYSTYCZNEGO ORAZ TENDENCJE I KIERUNKI ROZWOJU TEGO RYNKU

*Regina Dyjak*

*Politechnika Częstochowska, Polska*

**Wstęp.** Ubezpieczenia w różnej formie towarzyszą turystyce od czasów, kiedy chęć poznania świata zaczęła towarzyszyć wszelkim wyprawom. Wielu historyków umiejscawia początek ubezpieczeń w czasach wypraw handlowych starożytnych Fenicjan, czy Wenecji, inni za kolebkę ubezpieczeń uznają Londyn, stolicę angielskiego imperium kolonialnego. Wszyscy są zgodni co do tego, że pierwsze ubezpieczenia związane były z podróżami i ochroną majątku. Korzystając z tych historycznych porównań można i dziś powiedzieć, że rynek ubezpieczeń w dzisiejszym przemyśle turystycznym tworzą ubezpieczenia podrózne, różnorodne ubezpieczenia chroniące majątek uczestników rynku turystycznego oraz ubezpieczenia usług turystycznych i wszelkich stosunków umownych występujących na tym rynku. [Polska Izba Ubezpieczeń: 2001]

### **Ocena oferty ubezpieczeniowej dla rynku turystycznego**

Można dokonać następującego podziału ubezpieczeń:

#### Ubezpieczenia podrózne:

- ubezpieczenia ochrony (kosztów leczenia),
- ubezpieczenia wypadku,
- ubezpieczenia świadczenia pomocy na korzyść osób, które popadły w trudności w czasie podróży,
- ubezpieczenia rzeczy zabieranych w podróż,
- ubezpieczenia ochrony prawnej,
- ubezpieczenia od kosztów rezygnacji.

#### Ubezpieczenia majątku: